

## PATENT ABSTRACTS OF JAPAN

(11)Publication number : 2002-157512

(43)Date of publication of application : 31.05.2002

(51)Int.Cl.

G06F 17/60

(21)Application number : 2000-354572

(71)Applicant : FUJITSU LTD

(22)Date of filing : 21.11.2000

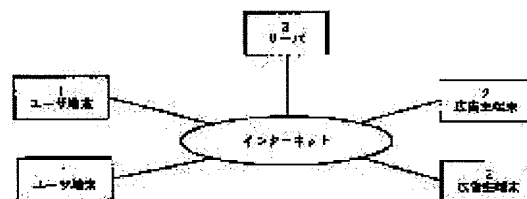
(72)Inventor : SAKURAI HIROSHI

## (54) METHOD AND DEVICE FOR DISTRIBUTING ADVERTISEMENT

## (57)Abstract:

**PROBLEM TO BE SOLVED:** To provide an advertisement distributing method capable of quickly providing an advertisement needed by a user (consumer).

**SOLUTION:** In this advertisement distributing method for distributing an advertisement to a user through a computer network, advertiser registration information including the advertisement information of merchandise and/or a service provided by the advertiser is stored according to a registration request by the advertiser, user registration information including the retrieval condition of merchandise and/or a service designated by the user is stored, advertisement information coinciding with the retrieval condition is extracted among the pieces of the stored advertisement information, and the extracted advertisement information is distributed to the user. The consumer (user) can easily acquire a necessary advertisement at a necessary time.



(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開2002-157512

(P2002-157512A)

(43) 公開日 平成14年5月31日 (2002.5.31)

(51) Int.Cl. <sup>7</sup>	識別記号	F I	テーマコード* (参考)
G 0 6 F 17/60	3 2 6	G 0 6 F 17/60	5 B 0 4 9
	Z E C		Z E C
	1 5 2		1 5 2
	3 3 0		3 3 0
	3 3 2		3 3 2

審査請求 未請求 請求項の数10 O L (全 27 頁)

(21) 出願番号 特願2000-354572(P2000-354572)

(22) 出願日 平成12年11月21日 (2000. 11. 21)

(71) 出願人 000005223

富士通株式会社

神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番  
1号

(72) 発明者 櫻井 博

神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番  
1号 富士通株式会社内

(74) 代理人 100094514

弁理士 林 恒徳 (外1名)

Fターム(参考) 5B049 BB11 BB49 CC02 EE00 EE05

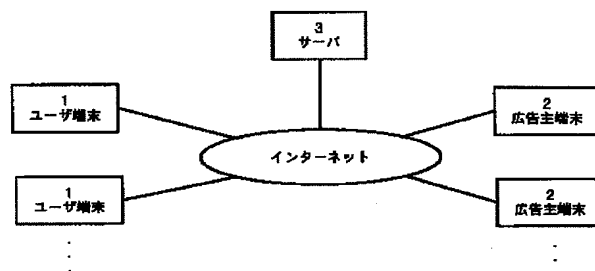
GG00 GG09

(54) 【発明の名称】 広告配信方法及び広告配信装置

(57) 【要約】

【課題】 ユーザ（消費者）が必要とする広告を迅速に提供することができる広告配信方法を提供する。

【解決手段】 コンピュータネットワークを介してユーザに広告を配信する広告配信方法において、広告主による登録要求に従って、広告主が提供する商品及び／又はサービスの広告情報を含む広告主登録情報を格納し、ユーザによる登録要求に従って、ユーザにより指定される商品及び／又はサービスの検索条件を含むユーザ登録情報を格納し、当該格納された広告情報のうち、検索条件に合致する広告情報を抽出し、当該抽出された広告情報をユーザに配信する。消費者（ユーザ）は、必要なときに必要な広告を簡単に取得することができる。



## 【特許請求の範囲】

【請求項 1】コンピュータネットワークを介してユーザに広告を配信する広告配信方法において、  
 広告主による登録要求に従って、前記広告主が提供する商品及び／又はサービスの広告情報を含む広告主登録情報を格納し、  
 前記ユーザによる登録要求に従って、前記ユーザにより指定される商品及び／又はサービスの検索条件を含むユーザ登録情報を格納し、  
 前記格納された広告情報のうち、前記検索条件に合致する広告情報を抽出し、  
 前記抽出された広告情報を前記ユーザに配信することを特徴とする広告配信方法。

【請求項 2】請求項 1 において、  
 前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービス、又はそれを提供する広告主に関するアンケートを格納し、  
 前記アンケートを前記ユーザに配信し、  
 前記ユーザによる前記アンケートの回答を受信し、格納することを特徴とする広告配信方法。

【請求項 3】請求項 2 において、  
 前記アンケートは、前記ユーザが前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービスを購入する前に、前記ユーザが回答するための購入前アンケート、又は前記ユーザが前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービスを購入した後に、前記ユーザが回答するための購入後アンケートを含むことを特徴とする広告配信方法。

【請求項 4】請求項 3 において、  
 前記購入前アンケートは、前記ユーザが前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービスを購入する前に、前記ユーザが前記商品及び／又はサービス、又はそれを提供する広告主に対して抱いている印象を尋ねる質問を含むことを特徴とする広告配信方法。

【請求項 5】請求項 3 において、  
 前記購入後アンケートは、前記ユーザが前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービスを購入した後に、前記ユーザが前記商品及び／又はサービス、又はそれを提供する広告主に対して抱いた感想、意見を尋ねる質問を含むことを特徴とする広告配信方法。

【請求項 6】請求項 2 において、  
 前記アンケートに回答したユーザに対して、所定の報酬額を支払うことを特徴とする広告配信方法。

【請求項 7】請求項 6 において、  
 前記アンケートの回答の前記広告主に対する貢献度を判定し、当該貢献度に基づいて各アンケートの回答に対する報酬額を決定することを特徴とする広告配信方法。

【請求項 8】請求項 2 において、  
 特定の広告主又は当該広告主が提供する商品及び／サービスに対する前記アンケートの回答の集計結果を、前記

特定の広告主に配信することを特徴とする広告配信方法。

【請求項 9】請求項 2 において、  
 前記アンケートの回答に基づいて、前記検索条件に合致する広告情報を抽出することを特徴とする広告配信方法。

【請求項 10】請求項 1 において、  
 前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービス、又はそれを提供する特定の広告主に対する質問を特定のユーザから受信し、  
 前記質問を格納し、さらに、当該質問を前記特定の広告主に転送し、  
 前記特定の広告主からの前記質問の回答を受信し、  
 前記質問の回答を格納し、さらに、当該質問の回答を前記特定のユーザに配信することを特徴とする広告配信方法。

## 【発明の詳細な説明】

## 【0001】

【発明の属する技術分野】本発明は、インターネットなどのコンピュータネットワークを利用した広告配信方法及び広告配信装置に関する。

## 【0002】

【従来の技術】従来から、新聞の折り込みチラシ、テレビやラジオのコマーシャル、看板などのような不特定多数の消費者に対する広告が行われている。また、ダイレクトメールなどの特定の消費者に対する広告も行われている。また、近年、急速に普及しているインターネットでは、ホームページ上のバナー広告も、有効な宣伝手段として利用されている。

## 【0003】

【発明が解決しようとする課題】このように、消費者は、日常的にあふれるほどの広告を見聞きし、大量の広告から必要な情報を取捨選択している。

【0004】しかしながら、消費者自身が必要とする広告が、必要なときに供給されているとは限らない。また、大量の広告から必要な情報を選択することは容易ではなく、また、広告の信頼性を判断することも困難である。

【0005】従って、本発明の目的は、消費者が必要とする広告を迅速に提供することができる広告配信方法及び広告配信システムを提供することにある。

【0006】また、本発明の目的は、信頼性の高い広告を消費者に提供することができる広告配信方法及び広告配信装置を提供することにある。

## 【0007】

【課題を解決するための手段】上記目的を達成するための広告配信方法は、コンピュータネットワークを介してユーザに広告を配信する広告配信方法において、広告主による登録要求に従って、広告主が提供する商品及び／又はサービスの広告情報を含む広告主登録情報を格納

し、ユーザによる登録要求に従って、ユーザにより指定される商品及び／又はサービスの検索条件を含むユーザ登録情報を格納し、前記格納された広告情報のうち、検索条件に合致する広告情報を抽出し、前記抽出された広告情報をユーザに配信することを特徴とする。

【0008】例えば、コンピュータネットワークはインターネットであって、前記抽出された広告情報は、インターネットのホームページ画面として、インターネットに接続する前記ユーザの端末に配信される。又は、コンピュータネットワークはインターネットであって、前記抽出された広告情報は、電子メールとして、インターネットに接続する前記ユーザの端末に配信される。

【0009】さらに、本発明の広告配信方法では、前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービス、又はそれを提供する広告主に関するアンケートを格納し、前記アンケートを前記ユーザに配信し、前記ユーザによる前記アンケートの回答を受信し、格納することを特徴とする。

【0010】例えば、前記アンケートは、前記ユーザが前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービスを購入する前に、前記ユーザが回答するための購入前アンケート、又は前記ユーザが前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービスを購入した後に、前記ユーザが回答するための購入後アンケートを含む。そして、前記購入前アンケートは、例えば、前記ユーザが前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービスを購入する前に、前記ユーザが前記商品及び／又はサービス、又はそれを提供する広告主に対して抱いている印象を尋ねる質問を含み、前記購入後アンケートは、例えば、前記ユーザが前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービスを購入した後に、前記ユーザが前記商品及び／又はサービス、又はそれを提供する広告主に対して抱いた感想、意見を尋ねる質問を含む。

【0011】また、本発明の広告配信方法は、前記アンケートに回答したユーザに対して、所定の報酬額を支払い、好ましくは、前記アンケートの回答の前記広告主に対する貢献度を判定し、当該貢献度に基づいて各アンケートの回答に対する報酬額を決定する。

【0012】さらに、本発明の広告配信方法は、特定の広告主又は当該広告主が提供する商品及び／サービスに対する前記アンケートの回答の集計結果を、前記特定の広告主に配信する。

【0013】さらに、本発明の広告配信方法は、前記アンケートの回答に基づいて、前記検索条件に合致する広告情報を抽出する。

【0014】さらに、本発明の広告配信方法は、前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービス、又はそれを提供する特定の広告主に対する質問を特定のユーザから受信し、前記質問を格納し、さらに、当該質

問を前記特定の広告主に転送し、前記特定の広告主からの前記質問の回答を受信し、前記質問の回答を格納し、さらに、当該質問の回答を前記特定のユーザに配信することを特徴とする。

【0015】このとき、好ましくは、前記特定の広告主に対して、前記質問の回答期限日を設定し、前記回答期限日まで、前記質問の回答を受信しない場合、前記特定の広告主に前記質問の回答を督促する。

【0016】また、上記本発明の広告配信方法を実行する広告配信装置が提供される。

【0017】

【発明の実施の形態】以下、本発明の実施の形態について説明する。しかしながら、本発明の技術的範囲が、本実施の形態に限定されるものではない。

【0018】まず、本実施の形態の概要について説明する。本実施の形態では、インターネットのような通信ネットワークを利用して、商品又はサービスの広告を希望する広告主から広告を収集し、収集された多数の広告の中から、消費者（ユーザ）のニーズに合致する広告を選択し、それをネットワークを介してユーザに配信する広告仲介者が提供される。そして、配信された広告に基づいて商品、サービスを購買したユーザは、その広告主が提供する商品、サービス、さらには、広告主自身に対する評価、感想、意見などのアンケートを広告仲介者に回答する。このとき、アンケートに回答するユーザに所定額の報酬を支払うことで、ユーザからのアンケートの回収率を高める。また、広告仲介者は、そのアンケート結果に基づいて、供給する広告の信頼度を向上させるとともに、アンケート結果を広告主に提供する。このとき、広告仲介者は、アンケート結果を提供する広告主から所定額の報酬を受け取る。

【0019】このような広告仲介者を実現することで、ユーザは、信頼度が高く、且つ必要な広告を必要な時に受け取ることができる。一方、広告主も、不特定多数ではなく、広告相手を絞ることができ、効率的な広告が可能となるとともに、そのユーザの反応をアンケート結果として容易に入手することができるようになり、自己の提供する商品又はサービスの宣伝戦略にいかせるようになる。

【0020】図1は、本発明の実施の形態における広告配信システムの構成図である。図1において、本実施の形態では、インターネットのようなネットワークを介して、ユーザの端末1及び広告主の端末2が広告仲介者のサーバ（広告配信装置）3と接続する。ユーザ及び広告主の端末1、2は、例えばパーソナルコンピュータや携帯電話などであり、サーバ3と通信可能なネットワーク接続装置である。端末1、2は、キーボードやマウスのような入力部、及び液晶やCRTのような表示部を備える。

【0021】図2は、サーバ3の構成例を示す図であ

る。図2において、サーバ3は、CPUなどから構成される制御部30を有する。制御部30は、メインファイル31に含まれるメインプログラムを実行することにより、以下に詳述するように、インターネット上に広告仲介サイト（ホームページ）を提供し、当該サイトを介して、ユーザの端末1及び広告主の端末2との間の処理を実行する。メインプログラムは、例えば、検索プログラム、ソートプログラム、データベース更新プログラム及び通信プログラムなどを含み、さらに、メインファイルは、端末1、2に表示させるホームページ画面に対応するHTMLファイルなどを有する。さらに、サーバ3は、ユーザデータベース32及び広告主データベース33を有する。

【0022】図3は、ユーザデータベース32の構成例を示す。図示されるように、ユーザデータベース32は、各ユーザのユーザ名、ユーザID、登録情報及び各種履歴情報などを格納するユーザ登録ファイルと、各ユーザに対して配信された広告に関する情報を格納する広告ファイルとを含む。

【0023】図4は、広告主データベース33の構成例を示す。図示されるように、広告主データベース33は、各広告主の広告主名、広告主ID、登録情報及び履歴情報などを格納する広告主登録ファイルと、各広告主に対するユーザからのアンケート回答結果を格納するアンケートファイル及びユーザからの質問とその回答を格納する質問ファイルとを含む。

【0024】以下、ユーザの端末1及び広告主の端末2とサーバ3との間の処理について説明する。図5は、本発明の実施の形態におけるユーザの端末1とサーバ3との間の処理フローチャートであり、図6は、本実施の形態における広告主の端末2とサーバ3との間の処理フローチャートである。また、図7乃至図42は、ユーザの端末1及び広告主の端末2とサーバ3と間の処理に従って、ユーザの端末1又は広告主の端末2に表示される画面の例である。図7乃至図42を参照しながら、図5及び図6について説明する。

【0025】〔ユーザ／広告主の登録〕まず、ユーザ及び広告主は、広告仲介者に対して登録を行う必要がある。図6において、まず、広告主として登録を希望する者（この者は、まだ広告主として登録されていないが、説明上広告主と称す）は、サーバ3にアクセスして、所定の広告主情報をサーバ3に登録する処理を行う。具体的には、広告主は、広告主の端末2をサーバ3と接続させ、まず、図7に示すメニュー画面を表示させる。そして、広告主は、メニュー画面の「広告主」に従属する「登録」をマウスで選択する。これにより、サーバ3は、図8に示す広告主登録画面を端末2に送信し（S30）、広告主登録画面が端末2に表示される（S31）。

【0026】広告主は、図8の広告主登録画面に従っ

て、要求される情報をキーボードやマウスなどを操作して入力する。広告主は、各項目について設けられる入力ボックスに情報を入力する。また、商品／サービスジャンルなどのような特定の項目については、プルダウンメニューから所定の選択肢を選択する。図示されるように、各種条件などの細かい情報を多数登録する。

【0027】入力された情報が、広告主の端末2からサーバ3に送信されると（S32）、サーバ3は、送信された情報を広告主登録ファイルとして広告主データベース33に登録するとともに（S33）、広告主を識別する広告主IDやパスワードなどの認証情報を生成し、それを広告主に電子メールなどで通知する（S34）。

【0028】一方、ユーザも、広告主同様に、所定のユーザ情報をサーバ3に登録する処理を行う。図5において、ユーザは、端末1をサーバ3と接続させて、図7のメニュー画面の「消費者」に従属する「登録」をマウスなどで選択する。これにより、サーバ3は、ユーザ登録画面を端末1に送信し（S10）、ユーザ登録画面が端末1に表示される（S11）。ユーザは、図9のユーザ登録画面に従って、要求される情報をキーボードやマウスを操作して入力する。ユーザについても、各種条件などの細かい情報を多数登録する。

【0029】そして、入力された情報が、ユーザの端末1からサーバ3に送信されると（S12）、サーバ3は、送信された情報をユーザ登録ファイルとしてユーザデータベース32に登録するとともに（S13）、ユーザを識別するユーザIDやパスワードなどの認証情報を生成し、それをユーザに電子メールなどで通知する（S14）。

【0030】〔広告の配信〕図5において、サーバ3は、ユーザ登録したユーザに対して、登録条件に合致した広告情報を配信し（S16）、広告画面がユーザの端末1に表示される（S17）。配信は、ユーザの端末1に電子メールで配信されてもよいし、仲介サイトのホームページ画面として提供されてもよい。ここでは、ホームページ画面として配信される場合について説明する。

【0031】ユーザは、端末1を操作して、図7のメニュー画面の「消費者」に従属する「検索」を選択する。そうすると、図10に示すログイン画面が端末1に表示される。ユーザは、付与されたユーザIDやパスワードを入力する。サーバ3は、入力された認証情報と、ユーザデータベース32に登録されている認証情報とを比較し、認証情報が正しければ、次に、図11に示すように、ユーザが登録した希望広告（登録内容）を確認するための確認画面が端末1に表示される。なお、図11では、サービス提供者である歯科医院の広告を配信する場合について説明する。

【0032】ユーザは、図11の画面に表示される登録内容に変更がある場合は、この画面を利用して、登録内

10

20

30

40

50

容を再設定することができる。変更がない場合は、そのまま、「次へ」を選択する。「次へ」が選択されると、サーバ3は、図11に表示される登録内容に従って、広告主データベース33を検索して、登録内容に合致する広告主情報を抽出する。このとき、検索条件は、例えば、図11に示されるように、(1) 人気、(2) 自宅からの距離、(3) 前記両者の組み合わせである。なお、「人気」のように、登録情報にはない広告主情報は、後述するように、ユーザからのアンケートによって蓄積され、広告主データベース33のアンケートファイルが検索される。また、「自宅からの距離」については、例えば、既存の鉄道路線検索プログラムや地図プログラムを利用して、ユーザの住所又は最寄り駅と広告主の住所又は最寄り駅に基づいて、広告主データベース33の広告主登録ファイルが検索される。

【0033】図12乃至図14は、それぞれ上記図11の検索条件(1)、(2)、(3)に対する検索結果表示画面の例である。図12では、広告主として登録されている歯科医院のうち、人気の高い(例えば、再来率が高く、苦情数が少ない)歯科医院が順に所定数表示される。表示される歯科医院の数は、あらかじめ決められている。そして、画面には、歯科医院の名称、及びその人気度(再来率、苦情数など)に加えて、その歯科医院自身が提供するインターネットサイトにリンクするホームページアドレス(URL)が表示される。従って、ユーザは、このアドレス表示部分をマウスなどでクリックすることで、広告主が提供するサイトを端末1の画面に表示させることができる。

【0034】また、図13では、公共交通機関を利用して場合におけるユーザの自宅から近い歯科医院が順に表示される。さらに、図14では、上記二つの配信条件の組み合わせ(人気が高く、自宅に近い)歯科医院が順に表示される。図13、図14でも、図12同様に、サービス提供者自身が提供するインターネットサイトにリンクするホームページアドレス(URL)が表示されるので、ユーザは、表示されるサービス提供者(この場合、歯科医院)のインターネットサイトにたどり着くことができ、そこからサービス提供者に関するさらに詳しい情報を取得することができる。

【0035】また、商品提供に関する広告配信の例として、「歯磨き粉」の広告を配信する場合について説明する。図15は、図11同様の登録内容確認画面の例である。図15での検索条件は、例えば、(1) 人気、(2) 価格、(3) 付加サービスである。

【0036】図16乃至図18は、それぞれ上記図15の検索条件(1)、(2)、(3)に対応する検索結果表示画面の例である。図16では、広告主が提供する歯磨き粉のうち、人気の高い歯磨き粉の名称及びその特徴などが順に所定数表示される。商品の人気は、例えば、後述するユーザに対するアンケートにおける満足度の得

点に基づいて判定される。好ましくは、商品毎に各ユーザの得点を平均し、得点の高い商品ほど人気が高い商品と判定される。図17は、広告主が提供する歯磨き粉の名称及びその特徴などが、低価格順に表示される。さらに、図18では、広告主が提供する歯磨き粉の名称及び特徴などが、歯磨き粉の購入に対して与えられる付加サービスの価格が高い順に表示される。また、表示される各商品に対して、それを提供するメーカ(商品提供者)自身が運営するインターネットサイトのホームページアドレス(URL)も上述同様に表示される。従って、そのアドレスにリンクすることで、その商品(歯磨き粉)、さらには商品提供者に関する更に詳細な情報を容易に取得することが可能である。

【0037】このように、本実施の形態では、広告仲介者は、広告主から広告を募り、広告主の提供する商品/サービスに関する情報を含む広告主情報をサーバ3の広告主データベース32に登録する。一方、広告仲介者は、広告の配信を希望するユーザを募り、当該ユーザが希望する商品/サービスの検索条件を含むユーザ情報をサーバ3のユーザデータベース33に登録する。そして、サーバ3は、その検索条件に従って、広告主データベース32を検索して、検索条件に合致する広告を抽出し、抽出された広告をユーザの端末1にネットワークを介して提供する。これにより、ユーザは、必要とする広告を容易且つ迅速に取得することができる。

【0038】[購入前アンケートの実施] 図5において、ユーザは、サーバ3から広告を取得した後、広告対象の商品を購入する前、又は、広告対象のサービスの提供を受ける前に、取得した広告に対するアンケートを入力することができる。このアンケートを、購入前アンケートと称す。購入前アンケートは、ユーザが、広告対象の商品を購入する前、又は広告対象のサービスの提供を受ける前に、商品提供者及びその商品、又はサービス提供者に対して抱いているイメージを尋ねるためのものである。ユーザの抱いているイメージは、商品提供者又はサービス提供者が宣伝活動を行う上での必要な情報であるが、不特定多数のユーザから聞き出すことは困難である。しかしながら、本実施の形態では、広告の配信を受けたユーザに対して、購入前アンケートの入力を促すことで、ユーザの抱いているイメージや宣伝の効果を容易に集めることができる。

【0039】但し、広告の配信を受けたユーザに、このような購入前アンケートの入力を促し、その回収率を高めるためには、何らかのインセンティブをユーザに与える必要がある。本実施の形態では、購入前アンケートに答えたユーザに対して、所定額の報奨金が支払われる。報奨金は、例えば、ユーザ登録時に登録された所定の金融機関口座に振り込まれる。報奨金については、後に詳述する。尚、報奨金については、購入割引ポイント等として、割引率としてもよい。

【0040】ユーザが購入前アンケートに答えるためには、図5において、ユーザの端末1は、サーバ3から購入前アンケート入力画面を受信し(S18)、それを端末1に表示させる必要がある(S19)。具体的には、まず、ユーザは、ユーザの端末1に図7のメニュー画面を表示させ、画面内の「消費者」に従属する「購入前アンケート」を入力部により選択する(マウスでクリックする)。そうすると、サーバ3は、購入前アンケート入力案内画面を端末1に送信し、図19に示される購入前アンケート入力案内画面が端末1に表示される。ユーザが次画面を選択することで、サーバ3は、図20に示すような購入前アンケート対象商品/サービス選択画面を表示させる。

【0041】サーバ3は、ユーザに配信した広告の履歴情報を配信広告ファイルとしてユーザデータベース32に格納しており、ユーザデータベース32から当該ユーザの配信履歴を抽出し、図20に示すように、配信された広告の情報(配信日時、商品/サービスジャンル、検索条件など)を表示させる。図20は、上述における歯科医院の広告を配信したユーザに対する画面である。ユーザは、図20の画面において、一つの広告を選択し、対応する番号を入力する。このとき、選択した広告を再度見たい場合は、画面内の検索結果再表示要求を選択することで、選択した広告の内容が再度表示される。

【0042】一方、ユーザが広告に対応する番号が入力すると、サーバ3は、図21に示すプルダウンメニューのリストは、選択した検索条件の順序通りに表示され、プルダウンメニューのリストから選択された番号に対応する広告に掲載された商品/サービスの選択画面を表示させる。尚、検索結果にはない広告についても、直接対象歯科医院を入力してもよい。ユーザは、プルダウンメニューから購入前アンケート回答対象の歯科医院(サービス提供者)を選択する。

【0043】購入前アンケート回答対象の歯科医院が選択されると、サーバ3は、図22に示す購入前アンケート入力画面を端末1に表示させる。この場合、選択されたサービス提供者が病院であるので、購入前アンケートの内容も病院に関する質問が含まれる。サーバ3は、商品/サービスのジャンル毎の購入前アンケートをあらかじめメインファイル31に格納し、当該広告主データベースから選択された商品/サービスに対応する購入前アンケートを抽出し、それを端末1に表示させる。

【0044】ユーザは、購入前アンケートの回答を入力し、「送信」を選択することで、回答データがサーバ3に送信される(図5のS20)。サーバ3は、回答データをユーザデータベース32のアンケートファイルに格納する(図5のS21)。

【0045】なお、図23乃至図25は、それぞれ歯磨き粉の広告の配信を受けたユーザの端末1に表示される上記図20乃至図22に対応する画面である。歯磨き粉

の広告の配信を受けたユーザに対しては、当該ユーザへの購入前アンケートには、歯磨き粉及びそのメーカーに関する質問が含まれる。当該ユーザの回答データも、ユーザデータベース32のアンケートファイルに格納される。

【0046】〔購入後アンケートの実施〕さらに、ユーザは、サーバ3から広告を取得し、当該広告対象の商品を購入した後、又は、広告対象のサービスの提供を受けた後に、当該広告に対するアンケートを入力することができる。このアンケートを、購入後アンケートと称す。購入後アンケートは、ユーザが、広告対象の商品を購入した後、又は広告対象のサービスの提供を受けた後に、実際に購入した商品や受けたサービスに対して抱いた感想、意見などを尋ねるためのものである。本実施の形態では、広告を配信したユーザに対して、このような購入後アンケートの入力を求め、得られた回答を広告主にフィードバックする。また、購入後アンケートについても、その回収率を高めるために、購入後アンケートに答えたユーザに対して、所定額の報奨金が支払われる。

【0047】ユーザが購入後アンケートに答える場合、上記購入前アンケートと同様に、図5において、ユーザの端末1は、サーバ3から購入後アンケート入力画面を受信し(S22)、それを端末1に表示させる(S23)。

【0048】例えば、歯科医院の広告の配信を受けたユーザが購入後アンケートに答えるには、上述の購入前アンケートの場合と同様に、まず、ユーザは、ユーザの端末1に図7のメニュー画面を表示させる。このとき、ユーザAは、画面内の「購入後アンケート」を選択する(例えばマウスでクリックする)。そうすると、サーバ3は、図26に示す購入後アンケート入力案内画面を端末1に表示させ、その後、ユーザの端末1の操作に従って、図27、図28に示すように、購入後アンケート対象広告主を選択するための画面を端末1に表示させる。図26乃至図28は、歯科医院の広告の配信を受けたユーザの端末1に表示される画面であって、上述の図19乃至図21と同様であるので、その説明を省略する。

【0049】購入後アンケート回答対象の歯科医院が選択されると、サーバ3は、図29乃至図31に示す購入後アンケート入力画面を端末1に順に表示させる。この場合、選択されたサービス提供者が病院であるので、購入後アンケートの内容も病院に関する質問が含まれる。サーバ3は、購入前アンケートと同様に、商品/サービスのジャンル毎の購入後アンケートをあらかじめメインファイル31に格納し、当該メインファイル31から選択された商品/サービスに対応する購入後アンケートを抽出し、それを端末1に表示させる。

【0050】ユーザは、購入後アンケートの回答を入力し、「送信」を選択することで、回答データがサーバ3に送信される(図5のS24)。サーバ3は、回答デー

タをユーザデータベース 32 のアンケートファイルに格納する (図 5 の S 25)。

【0051】なお、図 32 乃至図 33 は、それぞれ歯磨き粉の広告の配信を受けたユーザの端末 1 に表示される購入後アンケート対象商品選択画面の例であり、それぞれ上記図 20 乃至図 21 に示す画面に対応するので、その説明を省略する。また、図 34 乃至図 36 は、歯磨き粉に関する購入後アンケート入力画面の例である。歯磨き粉の広告の配信を受けたユーザに対しては、歯磨き粉に関するアンケートが用意される。当該ユーザの回答データも、ユーザデータベース 33 のアンケートファイルに格納される。

【0052】なお、購入後アンケートには、ユーザの商品／サービスに対する満足度を数値 (良いか悪いかの 2 値も含む) で回答する質問が設けられている。従って、サーバは、満足度を数値で集計し、処理する (例えば、平均値を計算する) ことで、実際に商品／サービスを購入したユーザ全体の満足度 (即ち、人気度) を数値化することができ、これにより、人気度を求めることができる。

【0053】従って、人気度順による検索条件が指定された場合、サーバ 3 は、実際に商品／サービスを購入したユーザによるアンケート回答に基づいて、商品／サービスを選択することで、信頼度の高い広告を配信することが可能となる。

【0054】〔アンケート結果に基づく情報提供〕図 6 において、サーバ 3 は、広告主の端末 2 からの要求に応じて (S 34)、ユーザからの購入前アンケート及び／又は購入後アンケートの回答の集計結果に基づいた各種情報を生成し (S 35)、それを端末 2 に配信し (S 36)、配信された情報が端末 2 に表示される (S 37)。

【0055】具体的には、広告主は、まず、図 7 のメニュー画面において、「広告主」に従属する「情報提供」をクリックする。そうすると、上述の図 10 同様のログイン画面が端末 2 に表示される。広告主は、登録時に付与されている広告主 ID やパスワードを入力する。サーバ 3 は、入力された認証情報と、広告主データベース 33 に登録されている認証情報とを比較し、認証情報が正しいければ、次に、図 37 に示すような提供情報選択画面を広告主の端末 2 に表示させる。提供される情報は、図示されるように、例えば、広告主イメージ情報、商品イメージ情報及びユーザ苦情／関連情報などである。以下、例として、広告主が商品「歯磨き粉」を製造するメーカーである場合について、それぞれの情報について説明する。

【0056】広告主イメージ情報は、広告主に対するユーザが抱いているイメージ、印象に関する情報であって、サーバ 3 は、購入前アンケートの回答の集計結果に基づいて商品購入前の広告主に対するイメージ情報と、

購入後アンケートの回答の集計結果に基づいて、商品購入後の広告主に対するイメージ情報を作成する。広告主は、図 37 の画面の「広告主イメージ情報」のチェックボックスをマウスを操作してチェックすると、サーバ 3 は、図 38 に示すユーザ分類選択画面を広告主の端末 2 に表示させる。ユーザの分類は、例えば、年齢、性別、職業などである。広告主は、マウスを操作して、希望するユーザにチェックすることで、アンケートに回答したユーザを選択する。ユーザは、複数の分類項目をチェックすることができ、全ての分類項目をチェックすることもできる。

【0057】広告主は、対象ユーザを選択した後、「次へ」をクリックすると、サーバ 3 は、図 39 に示すように、購入前アンケートの回答集計結果に基づいた購入前広告主イメージ情報と、購入後アンケートの回答集計結果に基づいた購入後広告主イメージ情報とを端末 2 に表示させる。図 39 の広告主イメージ情報では、例えば、ユーザが抱いているイメージを「良い」、「悪い」、「どちらでもない」に分類し、それらの人数の割合が円グラフで表示される。表示形式は、円グラフに限られず、他の表示形式、例えば、棒グラフ、折れ線グラフ、数値表などでもよい。

【0058】また、図 39 の画面に表示される円グラフにおいて、「良い」、「悪い」の部分をクリックすると、それぞれの理由の内訳が表示されるようにしてもよい。図 40 (a)、(b) は、「良い」、「悪い」イメージの理由の内訳を表示する画面の例である。さらに、図 40 (a)、(b) における理由の「その他」をクリックすると、表示されている理由以外の理由などアンケートの各質問事項に対する回答の詳細が表示されてもよい。

【0059】商品／サービスイメージ情報は、広告主の提供する商品／サービスに対するユーザが抱いているイメージ、印象に関する情報であって、購入前アンケート及び購入後アンケート両方の回答の集計結果に基づいて作成される。広告主は、図 37 の画面の「商品／サービスイメージ情報」のチェックボックスをマウスを操作してチェックすると、サーバ 3 は、上述同様に、図 38 に示すユーザ分類選択画面を広告主の端末 2 に表示させる。広告主が図 38 の画面上でユーザを選択し、「次へ」をクリックすると、サーバ 3 は、購入前アンケートの回答集計結果に基づいた図 41 に示すように、購入前商品／サービスイメージ情報と、購入後アンケートの回答集計結果に基づいた購入後商品／サービスイメージ情報とを端末 2 に表示させる。図 41 の商品／サービスイメージ情報においても、例えば、ユーザが抱いているイメージを「良い」、「悪い」、「どちらでもない」に分類し、それらの人数の割合が円グラフで表示される。そして、円グラフのうちの「良い」、「悪い」の領域をクリックすると、上述同様に、それぞれの理由の内訳を表



示する画面が表示される（図示せず）。

【0060】ユーザ苦情／関連情報は、購入後アンケートにおいて入力されたユーザの苦情、意見などを集計した情報である。広告主は、図37の画面の「ユーザ苦情／関連情報」のチェックボックスをマウスを操作してチェックすると、サーバ3は、上述同様に、図38に示すユーザ分類選択画面を広告主の端末2に表示させる。広告主が図38の画面上でユーザを選択し、「次へ」をクリックすると、サーバ3は、購入後アンケートの回答集計結果に基づいた図42に示すユーザ苦情／関連情報を端末2に表示させる。図42においても、ユーザの苦情／関連情報を項目毎に分類し、それぞれの数に割合が円グラフで表示される。そして、円グラフの各項目の領域をクリックすることで、それぞれの理由を表示する画面を表示させることができる（図示せず）。

【0061】このように、広告主は、広告主自身及び／又は提供する商品／サービスに対する感想、意見、印象などのようなユーザの生の声を知ることができるので、宣伝戦略、商品開発などに大いに役立てることができる。

【0062】なお、広告主は、上記各種情報の提供を受けることにより課金される。課金は、例えば、アンケートに回答したユーザの数に応じて設定される。具体的には、定期的（例えば一ヶ月に一回）に、アンケートに回答したユーザの数を各広告主毎に集計し、ユーザー一人当たりの単位料金（例えば10円）を設定する。そして、各広告主について、この単位料金に、集計時におけるユーザの人数を乗じた金額が課金される。集計時までの間、アンケートに回答するユーザは増加していくと考えられるが、サーバ3は、広告主からの情報提供要求に応じて、最新のユーザ数によるアンケート結果に基づいた上記各情報を提供する。

【0063】[質問の管理] ユーザは、広告仲介者を介して、広告主に質問することができる。図43は、サーバ3における質問処理のフローチャートである。まず、ユーザは、ユーザの端末1に図7のメニュー画面を表示させ、画面内の「消費者」に従属する「質問する」を入力部により選択する（マウスでクリックする）。その後、ユーザの端末1には、図19乃至図21と同様の画面が順に表示され、ユーザは、画面の指示に従って、質問先の広告主を選択する。広告主が選択されると、サーバ3が質問入力画面を端末1に送信することで（S40）、図44に示すような質問入力画面が端末1に表示される（S41）。

【0064】ユーザは、図44の質問入力画面に質問欄をクリックすると、過去の質問の内容は、図44中の様なTree構造で検索される。また、該当がない場合は直接記入を入力し、表示される「送信」を選択する。サーバ3は、質問欄に該当項目があった場合は、登録時に付与された該当質問識別番号に対する、カウント数をカウ

トし、質問ファイルのパラメータの一部として追加格納する。（S43）また、該当項目がない場合は、直接図44の入力画面下段に直接入力されたデータをユーザの端末1から質問を受信すると（S42）、その質問に識別番号を付して、広告主データベース33の該当する広告主に対応する質問ファイルに格納する（S43）。サーバ3は、質問の該当がない場合にのみ、広告主に対して、質問があった旨と、その識別番号、回答期限日を含む電子メールを自動的に作成し、それをあらかじめ登録されている広告主の電子メールアドレスに送信する（S44）。

【0065】以下、質問の該当が図44の上段リストから無い場合について記述する。広告主は、電子メールを受信すると、図7のメニュー画面の「広告主」に従属する「質問回答」を選択する。その後、広告主ID、パスワードとともに質問識別番号を入力する認証確認画面（図示せず）により認証確認が行われた後、サーバ3は、図45に示すような質問回答用画面を送信し（S46）、質問回答用画面を端末2に表示される。広告主は、質問回答用画面に回答を入力し、回答入力完了後、「送信」をクリックする（S47）。

【0066】サーバ3は、回答を受信すると、対応する識別番号の質問ファイルに回答を格納するとともに（S48）、ユーザに電子メールで、回答があった旨を通知する（S49）とともに広告データベース（33）に質問と回答を保存する。

【0067】ユーザは、電子メールを受信すると、メールに質問に対する回答を見るための図46の表示アドレスがリンクされており、直接アドレスを参照するか、図7のメニュー画面から「回答を見る」を選択する。その後、ユーザID、パスワードを入力する認証確認画面（図10）により認証確認が行われた後、サーバ3は、図46に示すような質問回答画面を送信し（S50）、質問の回答が端末2に表示される（S51）。尚、図44にて質問に該当項目があった場合は、対応する回答を広告主データベース（33）から即座に取り出し、図46の画面に表示する。

【0068】ユーザは、図46の画面において、回答内容についての満足度の入力可能であり、十分でない回答に対して再度の回答を要求する場合は、その旨を入力し、「送信」をクリックする。サーバ3は、上述同様に、再回答を要求する旨の電子メールを広告主に通知し、広告主は、再度回答する。

【0069】なお、サーバは、広告主に対して行われた過去の質問及びその回答を図22、図25、図44にて、画面上の匿名で公開可を指定されているものに限る。図44のプルダウンメニューへの追加及び、公開するQ&Aサイトを提供する。当該Q&Aサイトへは、図44の質問入力画面とリンクさせてもよい。図44の質問入力画面において、ユーザは、図44の上段ボックス

から質問を入力する前に、過去になされた質問が表示される(図44)。このような過去の図44の上段ボックスのプルダウンメニューのTree構造は、質問された日時、質問の種類(価格、品質など)で分類可能であることが好ましく、ユーザは、質問を入力する前に、この画面から、自己がしようとしている質問が過去にされているかどうか確認し、されていなければ、上段ボックスの該当なしを選択し、下段画面にて、質問を入力する。

【0070】また、サーバ3は、上段ボックスの該当なしで下段に直接記入した各質問について、その回答期限日を監視し、回答期限日まで、回答を受信しない場合は、督促の電子メールを広告主に送信する。

【0071】[アンケート貢献度の判定] 上述したように、本実施の形態では、購入前アンケート及び購入後アンケートに回答したユーザに対して、所定の報酬が支払われる。尚、報酬については、購入割引得点ポイント等としてもよいが、以下報酬金として説明する。報酬額については、例えば、一回のアンケートの回答に対する単位料金(例えば10円)が設定され、定期的に(例えば一ヶ月に一回)、各ユーザの回答したアンケート数を集計し、その数に比例した報酬額を決定してもよいが、本実施の形態は、以下に説明するように、アンケートの回答の広告主に対する貢献度を判定し、その貢献度に応じた金額を支払うようにする。以下に、貢献度の判定方法の例を説明する。

【0072】貢献度を判定するために、次の3つのパラメータが設定される。

【0073】(1) 重要度(P)

広告主又は広告仲介者があらかじめ登録したキーワードの数(KP)

ユーザに深刻な影響を与えるキーワードの数(CP)  
(例えば、死亡、けが、食中毒など)

広告主に深刻な影響を与えるキーワードの数(BP)  
(例えば、訴訟、裁判、不当、有害など)

KP:CP:BP=2:5:3の比率とすると、  

$$X(\%) = (0.2KP + 0.5CP + 0.3BP) \times 100$$
 (最大を100とする)

80% < X ≤ 100% P = 6

60% < X ≤ 80% P = 5

40% < X ≤ 60% P = 4

20% < X ≤ 40% P = 3

$$PCOST = (RX / \text{全アンケート数}) \times P \times R \times A \quad \dots (1)$$

そして、PCOSTの高い順に、各アンケートについてのPCOSTを積算していき、その積算額が上記総額RXを超えない上位N個のアンケートに回答した各ユーザに対して、計算された報酬額が支払われる。

【0075】但し、上述の場合、アンケートに回答しても、上記計算式(1)により計算された報酬額(PCOST)が低いと、その報酬額が支払われない場合がある。このような場合を回避するために、全アンケートに

\* 10% < X ≤ 20% P = 2

0% < X ≤ 10% P = 1

X = 0% P = 0

(2) 信憑性(R)

ユーザ登録情報の書込率×ユーザ本人に対する信頼度(PR)

ユーザ登録情報の書込率は、ユーザ登録時に要求される入力情報すべてに対する実際に入力された情報の割合である。また、ユーザ本人に対する信頼度は、ユーザの年齢、職業などにより点数化される。

【0074】

$$X(\%) = PR \times 100 \quad (\text{最大を100とする})$$

80% < X ≤ 100% R = 100%

60% < X ≤ 80% R = 80%

40% < X ≤ 60% R = 60%

20% < X ≤ 40% R = 40%

10% < X ≤ 20% R = 20%

0% < X ≤ 10% R = 10%

X = 0% R = 0%

20 (3) 新規性(A)

全体の意見からの同一意見、類似情報の割合の逆数(RA)

同様の製品の過去の類似情報の件数の割合の逆数(PA)

$$X(\%) = (RA + PA) \times 100 \quad (\text{最大を100とする})$$

80% < X ≤ 100% A = 2

20% < X ≤ 80% A = 1

0% < X ≤ 20% A = 0.1

30 そして、アンケート回答に対する報酬のために用意されている総額(RX)を

$$RX = AX + CX$$

AX: 広告主が提供する費用(例えば、キャンペーン費用、協賛費用)

CX: 広告仲介者が提供する費用(例えば、広告仲介者の純利益×1%)

を、上記3つのパラメータを使った以下の計算式によって各アンケートの貢献度(その貢献度に応じた報酬額)を判定する。

40 1アンケート当たりの報酬額(PCOST)

\*

対して一律の最低報酬額(例えば、10円)を支払い、その後、残った総額(RX-全アンケート数×10)について、上記計算式(1)を適用してもよい。

【0076】このように、アンケートの回答が、広告主に対して役立つ情報であるか否かを判定し、それに応じた報酬額を支払うことで、ユーザに対して、より質の高い回答を促すことができる。

50 【0077】なお、商品/サービスのジャンルは、上述

のように歯科医院や歯磨き粉に限られず、図8や図9に示されるように、食料品、雑貨、園芸品、車、住宅、不動産、医薬品、金融、保険などあらゆるジャンルの商品／サービスを含む。また、検索条件も、人気度や価格などに限られず、図8、図9に示されるように、環境保護度順、信頼性順、短期入手可能順、発売順など多数の検索条件を設定することができる。

【0078】本発明の保護範囲は、上記の実施の形態に限定されず、特許請求の範囲に記載された発明とその均等物に及ぶものである。

【0079】(付記1) コンピュータネットワークを介してユーザに広告を配信する広告配信方法において、広告主による登録要求に従って、前記広告主が提供する商品及び／又はサービスの広告情報を含む広告主登録情報を格納し、前記ユーザによる登録要求に従って、前記ユーザにより指定される商品及び／又はサービスの検索条件を含むユーザ登録情報を格納し、前記格納された広告情報のうち、前記検索条件に合致する広告情報を抽出し、前記抽出された広告情報を前記ユーザに配信することを特徴とする広告配信方法。

【0080】(付記2) 付記1において、前記コンピュータネットワークはインターネットであって、前記抽出された広告情報は、インターネットのホームページ画面として、インターネットに接続する前記ユーザの端末に配信されることを特徴とする広告配信方法。

【0081】(付記3) 付記1において、前記コンピュータネットワークはインターネットであって、前記抽出された広告情報は、電子メールとして、インターネットに接続する前記ユーザの端末に配信されることを特徴とする広告配信方法。

【0082】(付記4) 付記1において、前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービス、又はそれを提供する広告主に関するアンケートを格納し、前記アンケートを前記ユーザに配信し、前記ユーザによる前記アンケートの回答を受信し、格納することを特徴とする広告配信方法。

【0083】(付記5) 付記4において、前記アンケートは、前記ユーザが前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービスを購入する前に、前記ユーザが回答するための購入前アンケート、又は前記ユーザが前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービスを購入した後に、前記ユーザが回答するための購入後アンケートを含むことを特徴とする広告配信方法。

【0084】(付記6) 付記5において、前記購入前アンケートは、前記ユーザが前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービスを購入する前に、前記ユーザが前記商品及び／又はサービス、又はそれを提供する広告主に対して抱いている印象を尋ねる質問を含むことを特徴とする広告配信方法。

【0085】(付記7) 付記5において、前記購入後ア

ンケートは、前記ユーザが前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービスを購入した後に、前記ユーザが前記商品及び／又はサービス、又はそれを提供する広告主に対して抱いた感想、意見を尋ねる質問を含むことを特徴とする広告配信方法。

【0086】(付記8) 付記4において、前記アンケートに回答したユーザに対して、所定の報酬額を支払うことを特徴とする広告配信方法。

10 【0087】(付記9) 付記8において、前記アンケートの回答の前記広告主に対する貢献度を判定し、当該貢献度に基づいて各アンケートの回答に対する報酬額を決定することを特徴とする広告配信方法。

【0088】(付記10) 付記4において、特定の広告主又は当該広告主が提供する商品及び／サービスに対する前記アンケートの回答の集計結果を、前記特定の広告主に配信することを特徴とする広告配信方法。

【0089】(付記11) 付記4において、前記アンケートの回答に基づいて、前記検索条件に合致する広告情報を抽出することを特徴とする広告配信方法。

20 【0090】(付記12) 付記1において、前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービス、又はそれを提供する特定の広告主に対する質問を特定のユーザから受信し、前記質問を格納し、さらに、当該質問を前記特定の広告主に転送し、前記特定の広告主からの前記質問の回答を受信し、前記質問の回答を格納し、さらに、当該質問の回答を前記特定のユーザに配信することを特徴とする広告配信方法。

30 【0091】(付記13) 付記12において、前記特定の広告主に対して、前記質問の回答期限日を設定し、前記回答期限日まで、前記質問の回答を受信しない場合、前記特定の広告主に前記質問の回答を督促することを特徴とする広告配信方法。

40 【0092】(付記14) コンピュータネットワークを介してユーザに広告を配信する広告配信装置において、広告主による登録要求に従って、広告主が提供する商品及び／又はサービスの広告情報を含む広告主登録情報を格納し、前記ユーザからの登録要求に従って、前記ユーザにより指定される商品及び／又はサービスの検索条件を含むユーザ登録情報を格納する記憶部と、前記格納された広告情報のうち、前記検索条件に合致する広告情報を抽出し、前記抽出された広告情報を前記ユーザに配信する制御部とを備えることを特徴とする広告配信装置。

【0093】(付記15) 付記14において、前記記憶部は、前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービス、又はそれを提供する広告主に関するアンケートを格納し、前記制御部は、前記アンケートを前記ユーザに配信し、前記ユーザによる前記アンケートの回答を受信し、当該アンケートの回答を前記記憶部に格納することを特徴とする広告配信装置。

50 【0094】(付記16) 付記15において、前記アン

ケートは、前記ユーザが前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービスを購入する前に、前記ユーザが回答するための購入前アンケート、又は前記ユーザが前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービスを購入した後に、前記ユーザが回答するための購入後アンケートを含むことを特徴とする広告配信装置。

【0095】（付記17）付記15において、前記アンケートに回答したユーザに対して、所定の報酬額を支払う場合、前記制御部は、前記アンケートの回答の前記広告主に対する貢献度を判定し、当該貢献度に基づいて各アンケートの回答に対する報酬額を決定することを特徴とする広告配信装置。

【0096】（付記18）付記15において、前記制御部は、特定の広告主又は当該広告主が提供する商品及び／サービスに対する前記アンケートの回答を集計し、当該集計結果を前記特定の広告主に配信することを特徴とする広告配信装置。

【0097】（付記19）付記15において、前記制御部は、前記アンケートの回答に基づいて、前記検索条件に合致する広告情報を抽出することを特徴とする広告配信装置。

【0098】（付記20）付記14において、前記配信された広告情報に対応する商品及び／又はサービス、又はそれを提供する特定の広告主に対する質問を特定のユーザから受信すると、前記制御部は、前記質問を前記記憶部に格納し、さらに、当該質問を前記特定の広告主に転送し、前記特定の広告主からの前記質問の回答を受信すると、前記制御部は、前記質問の回答を前記記憶部に格納し、さらに、当該質問の回答を前記特定のユーザに配信することを特徴とする広告配信装置。

【0099】（付記21）付記20において、前記制御部は、前記特定の広告主に対して、前記質問の回答期限を設定し、前記回答期限日までに、前記質問の回答を受信しない場合、前記特定の広告主に前記質問の回答を督促することを特徴とする広告配信装置。

【0100】

【発明の効果】以上、本発明によれば、消費者（ユーザ）は、必要なときに信頼性の高い広告を簡単に取得することができる。また、広告主は、広告を必要としているユーザに効率よく広告を配信することができ、また、ユーザからのアンケート結果を宣伝活動に役立てることができる。ユーザのアンケート回答に対して、所定の報酬額を支払うことで、ユーザによるアンケート回収率を高めることができる。さらに、アンケートの回答の広告主に対する貢献度を判定し、貢献度に応じた報酬額とすることで、ユーザに質の高いアンケートの回答を促すことができる。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の実施の形態における広告配信システムの構成図である。

【図2】サーバ3の構成例を示す図である。

【図3】ユーザデータベース32の構成例を示す。

【図4】広告主データベース33の構成例を示す。

【図5】本発明の実施の形態におけるユーザの端末1とサーバ3との間の処理フローチャートである。

【図6】本実施の形態における広告主の端末2とサーバ3との間の処理フローチャートである。

【図7】メニュー画面の例である。

【図8】広告主登録画面の例である。

【図9】ユーザ登録画面の例である。

【図10】認証画面の例である。

【図11】登録内容確認画面の例である。

【図12】検索結果表示画面の例である。

【図13】検索結果表示画面の例である。

【図14】検索結果表示画面の例である。

【図15】登録内容確認画面の例である。

【図16】検索結果表示画面の例である。

【図17】検索結果表示画面の例である。

【図18】検索結果表示画面の例である。

【図19】購入前アンケート入力案内画面の例である。

【図20】アンケート対象商品／サービス選択画面の例である。

【図21】商品／サービスの選択画面の例である。

【図22】購入前アンケート入力画面の例である。

【図23】購入前アンケート対象商品／サービス選択画面の例である。

【図24】商品／サービスの選択画面の例である。

【図25】購入前アンケート入力画面の例である。

【図26】購入後アンケート入力案内画面の例である。

【図27】アンケート対象商品／サービス選択画面の例である。

【図28】商品／サービスの選択画面の例である。

【図29】購入後アンケート入力画面の例である。

【図30】購入後アンケート入力画面の例である。

【図31】購入後アンケート入力画面の例である。

【図32】アンケート対象商品選択画面の例である。

【図33】アンケート対象商品選択画面の例である。

【図34】購入後アンケート入力画面の例である。

【図35】購入後アンケート入力画面の例である。

【図36】購入後アンケート入力画面の例である。

【図37】提供情報選択画面の例である。

【図38】ユーザ分類選択画面の例である。

【図39】購入前広告主イメージ情報及び購入後広告主イメージ情報の画面の例である。

【図40】内訳表示画面の例である。

【図41】購入前商品／サービスイメージ情報及び購入後商品／サービスイメージ情報の画面の例である。

【図42】ユーザ苦情／関連情報の画面の例である。

【図43】サーバ3における質問処理のフローチャートである。

【図44】質問入力画面の例である。

【図45】質問回答用画面の例である。

【図46】質問回答表示画面の例である。

【符号の説明】

1 ユーザ端末

2 広告主端末

\* 3 サーバ（広告配信装置）

30 制御部

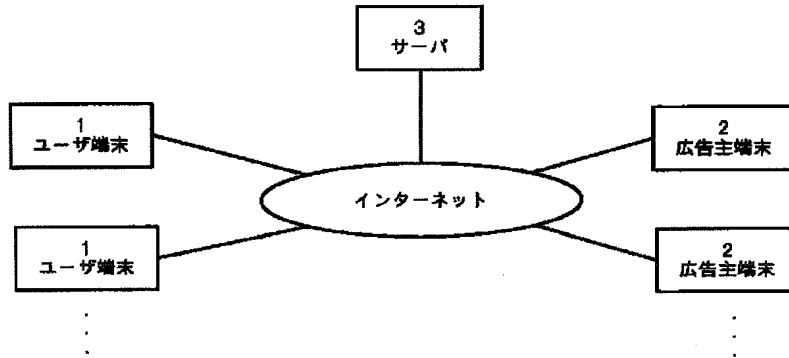
31 メインファイル

32 ユーザデータベース

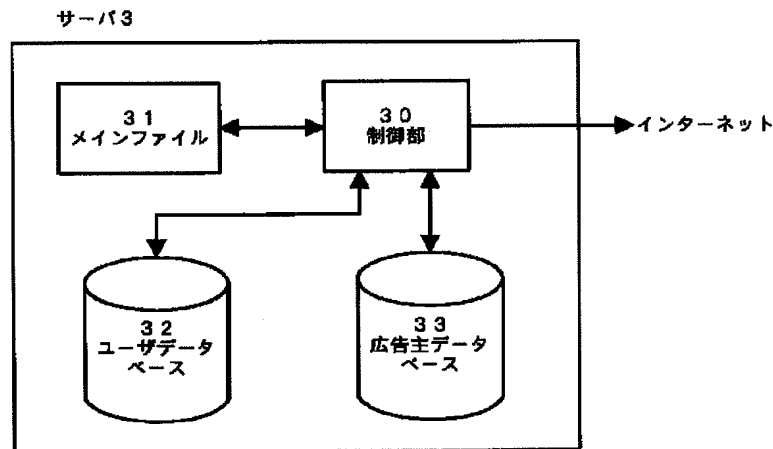
33 広告主データベース

\*

【図1】



【図2】



【図10】

**認証情報入力**

ユーザID

パスワード

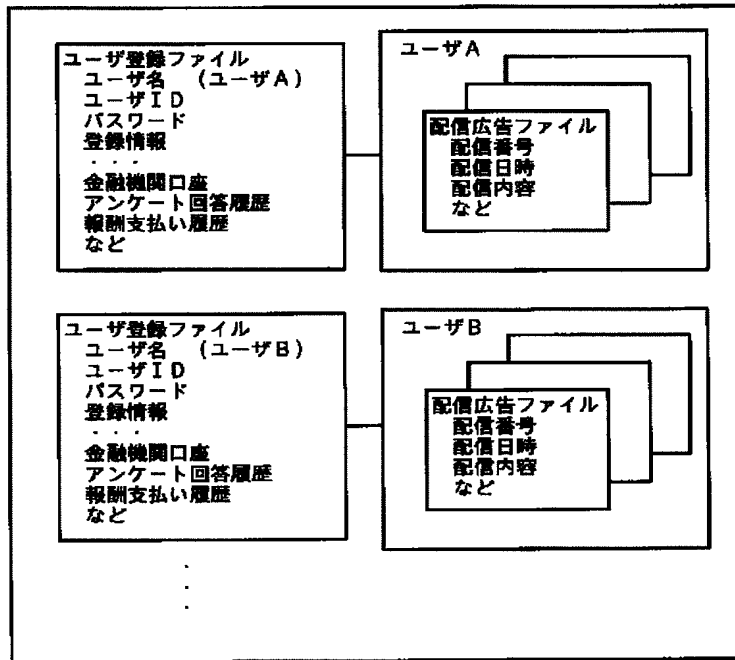
【図11】

ユーザ配信条件は以下の条件で配信されています。  
配信内容に変更がある場合は、配信条件を再設定して下さい。

- |              |                  |
|--------------|------------------|
| ①商品／サービスジャンル | → 医療機関           |
| ②詳細項目        | → 歯科             |
| ③選択条件1       | → 人気順            |
| ④選択条件2       | → 自宅からの距離        |
| ⑤選択条件3       | → 選択条件1と2の合致条件   |
| ⑥配信条件        | → 配信数10／リアルタイム配信 |
| ⑦保守／フォローサービス | → 詳細提示           |

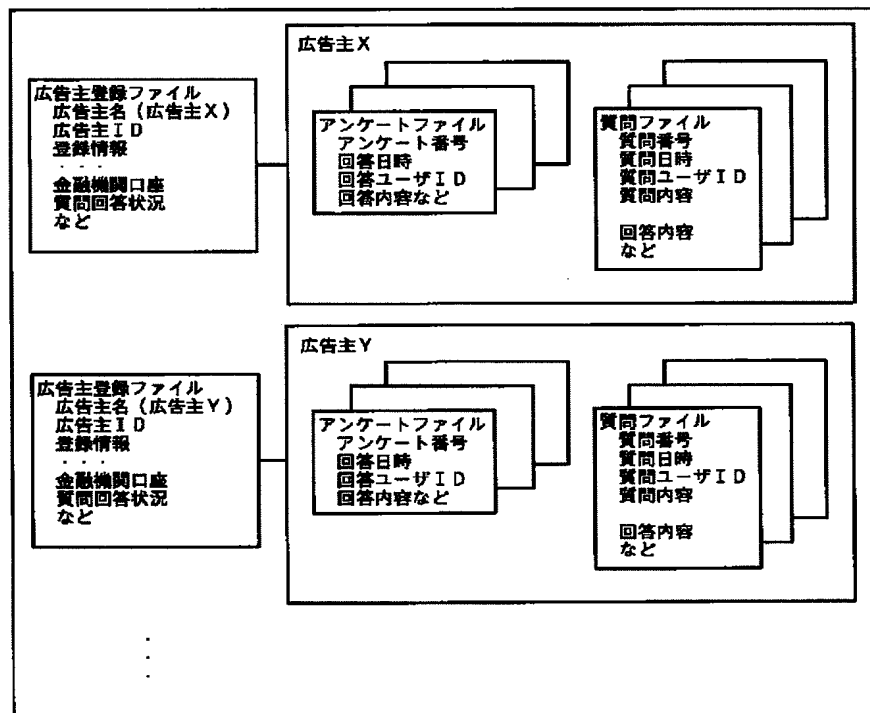
【図3】

ユーザデータベース32

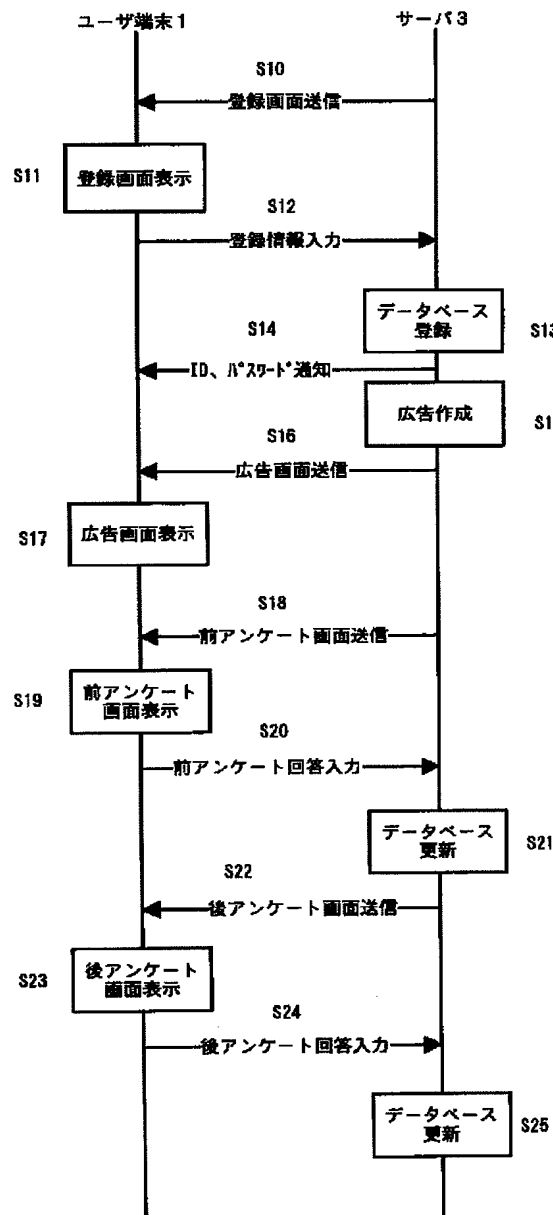


【図4】

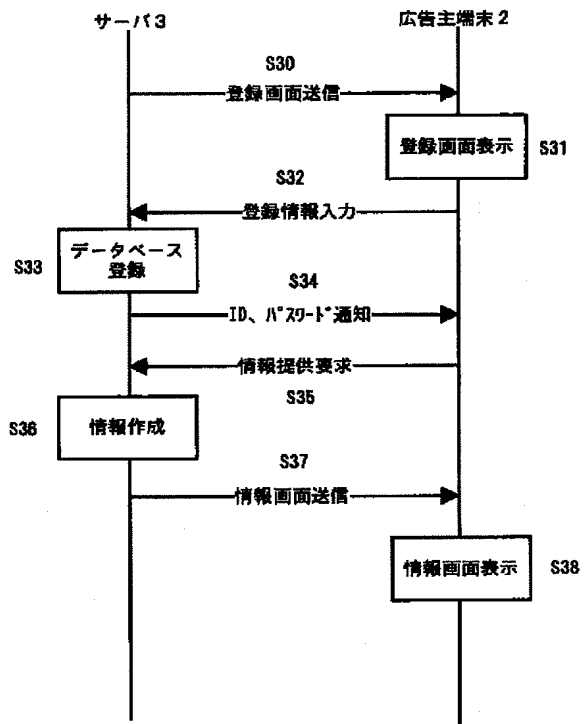
広告主データベース33



【図5】



【図6】



【図12】

選択条件1 歯科医院 ユーザ人気順			
医院名	再来率%	平均待ち時間	治療苦情数
① A A 医院	98	20min	0
詳細情報URL	HTTP:WWW.AAA.XX.XX		
② B B 医院	90	7min	1
詳細情報URL	HTTP:WWW.BBB.XX.XX		
③ Z Z 医院	70	15min	5
詳細情報URL	HTTP:WWW.ZZZ.XX.XX		
		戻る	メニュー

【図7】

広告仲介サイト	メニュー	
	登録	
広告主の方	情報提供	
	質問回答	
<hr/>		
消費者の方 (ユーザ)	登録	質問する
	検索	回答を見る
	購入前アンケート	
	購入後アンケート	

【図13】

選択条件2  
歯科医院  
自宅近距離順

医院名	距離	交通機関
①B A 医院	1KM	徒歩 10min
詳細情報URL	HTTP:WWW. AAA. XX. XX	
②C B 医院	3KM	バス 5min 徒歩 2min
詳細情報URL	HTTP:WWW. BBB. XX. XX	
③A Z 医院	5KM	バス 10min 徒歩 1min
詳細情報URL	HTTP:WWW. ZZZ. XX. XX	

戻る メニュー

【図17】

選択条件2  
歯磨き粉  
低価格順

メーカー名	商品名	特徴	定価
①XXX油脂	XXX歯磨き粉	中国メーカー 生産	¥30
詳細情報URL	HTTP:WWW. AAA. XX. XX		
②aabb	XXX歯磨き粉	旅館への卸専用	¥80
詳細情報URL	HTTP:WWW. BBB. XX. XX		
④bbbb	XXX歯磨き粉	トラベル用小容量	¥100
詳細情報URL	HTTP:WWW. ZZZ. XX. XX		

戻る メニュー

【図14】

選択条件1 AND 2 (2の条件は10km半径内)  
歯科医院  
ユーザ人気 and 通院距離

医院名	再来率%	距離	交通機関
①A A A 医院	80	1KM	徒歩 10min
詳細情報URL	HTTP:WWW. AAX. XX. XX		
②B B B 医院	95	3KM	鉄道 35min 徒歩 2min
詳細情報URL	HTTP:WWW. BBX. XX. XX		
③Z Z Z 医院	80	5KM	バス 10min 徒歩 1min
詳細情報URL	HTTP:WWW. ZZX. XX. XX		

戻る メニュー

【図16】

選択条件1  
歯磨き粉  
ユーザ人気順

メーカー名	商品名	特徴
①サンX	クリニX	歯槽膿漏対策 (薬用)
詳細情報URL	HTTP:WWW. AAA. XX. XX	
②ライX	whita&xxxxx	歯垢除去重視
詳細情報URL	HTTP:WWW. BBB. XX. XX	
③サンX	XXXX	歯の色重視
詳細情報URL	HTTP:WWW. ZZZ. XX. XX	

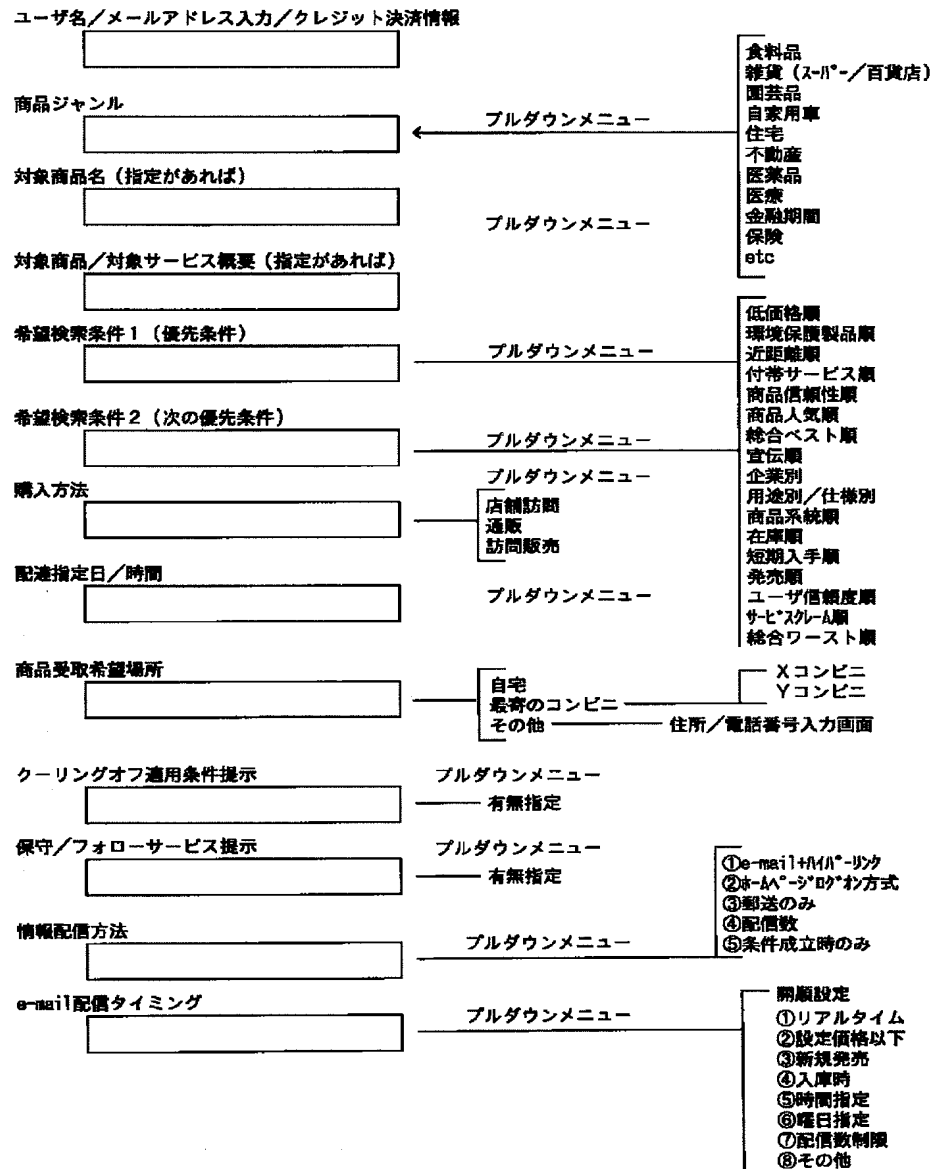
戻る メニュー



【図8】

企業名／企業情報（創立日／従業員／売上／格付け等）		
商品ジャンル	ブルダウンメニュー	食料品 雑貨 園芸品 自家用車 住宅 不動産 医薬品 医療 金融期間 保険 etc
商品名		
商品／サービス概要		
発売日／希望小売価格／標準価格		
商品仕様／サービス内容詳細格納URL		
販売方法／サービスの提供形態	ブルダウンメニュー	①一般小売／販売店のみ ②通販のみ ③訪問販売のみ ④①～③の組合せ
販売地域	ブルダウンメニュー	①関東限定 ②関西限定 ③北海道限定 ④九州限定 ⑤日本限定 ⑥その他（海外限定） ⑦①～⑥の組合せ
輸送条件	ブルダウンメニュー 一般 冷凍 冷蔵 耐湿動 耐震（毒／耐放射能） 特殊	
販売限定条件	ブルダウンメニュー	①医療機関限定 ②18才以上 ③危険取扱免許保持者 ④その他
クーリングオフ適用条件	ブルダウンメニュー 未開封日以内 100%返却 開封時日以内 %返却 未使用 %返却 使用時 %返却 郵送費の扱い	
保守／フォローサービス	ブルダウンメニュー	正味期間／無償保証期間 日 クレーム対応窓口（TEL/FAX/MAIL） （保守／継続サービス） 耐用年数／寿命 消耗品／交換部品の有無／内容 インフォメーション充実度（医療） その他特徴

【図9】



【図15】

ユーザ配信条件は以下の条件で配信されています。  
配信内容に変更がある場合は、配信条件を再設定して下さい。

①商品/サービスジャンル	→ 医薬品類
②詳細項目	→ 歯磨き粉
③選択条件1	→ 人気順
④選択条件2	→ 低価格順
⑤選択条件3	→ 付加サービス順
⑥配信条件	→ 配信数10/リアルタイム配信
⑦保守/フォローサービス	→ 詳細提示

【図18】

選択条件3  
歯磨き粉  
付帯サービス順

メーカー名	商品名	付帯サービス	サービス費用 換算(特)
①ライXX 詳細情報URL	aabbcc HTTP:WWW.AAA.XX.XX	100g 増量	¥100
②サンXX 詳細情報URL	ddeeff HTTP:WWW.BBB.XX.XX	ハブラシおまけ	¥80
⑩bbbb 詳細情報URL	XXXX歯磨き粉 HTTP:WWW.ZZZ.XX.XX	試供品	¥10

【図19】

広告認証機関にて検索した内容から、対象企業に対するアンケートが入力できます。  
広告認証機関は、アンケート申込者の情報に対して情報の貢献度に従いペイバック(協力費用)を支払われます。  
また、アンケート元に対象企業に対してより良い製品/サービスの通知/勧告及び、悪質な企業の排除を行います。

尚、蓄積されたペイバックされた費用や、アンケート回答内容は、広告認証機関の下記メールにペイバック確認と記述してメールすると自動的に返信確認できます。  
E-MAIL ADDRESS AAAA@BBB.CC.DD.EE

【図20】

広告認証機関から検索した条件を下記に表示しますので、該当する番号を入力して下さい。(最近のものから上位10件)

項番	検索日	ジャンル	検索条件
1	○月×日	歯科医院	ユーザ人気
2	○月×日	歯科医院	通院距離
3	○月×日	歯科医院	ユーザ人気&通院距離
4	無検索	その他	.....直接次画面へ

対象項番  1~4まで

検索結果を表示しますか? ☐ はい... 結果表示例3の表示後次画面へ  
☐ いいえ... 次画面へ

【図23】

広告認証機関から検索した条件を下記に表示しますので、該当する番号を入力して下さい。(最近のものから上位10件)

項番	検索日	ジャンル	検索条件
1	○月×日	歯磨き粉	ユーザ人気
2	○月×日	歯磨き粉	低価格
3	○月×日	歯磨き粉	付帯サービス順
4	無検索	その他	.....直接次画面へ

対象項番  1~4まで

検索結果を表示しますか? ☐ はい... 結果表示例3の表示後次画面へ  
☐ いいえ... 次画面へ

【図21】

過去に検索した“歯科医院のユーザ人気&通院距離”から診療前の対象医院をプルダウンメニューから選択してください。  
前頁で検索していない項目にアンケート入力する場合は、直接名称を入力して下さい。

(1) 検索該当  
歯科医院

結果表示に従い以下に表示されます。  
(該当無の場合は、直接以下を入力して下さい。)

医院 に対するアンケートです。  
間違っている場合は(1)の再入力

プルダウンメニュー

- 1. AA医院
- 2. BB医院
- 3. CC医院
- ...
- 10. ZZ医院
- 11. 該当無
- 12. メニューに戻る

前頁で4を選んだ場合は直接入力する。

【図22】

診療前アンケート (1/1)

直観的イメージ  
良いを10... 悪いを1とした場合  1~10を入力

客観的イメージ  
良いを10... 悪いを1とした場合  1~10を入力

○ホームページから詳細内容をみたが情報が不足している。  
○ホームページから詳細内容をみて安心した。  
○交通の便が良い  
○外観がきれい  
○その他のイメージ

○診療時間、立地条件、駐車場等要求事項がありますか？

○この情報は、匿名で公開してよいですか？

メニュー画面に戻る

プルダウンメニュー

- いいえ
- はい

【図24】

過去に検索した“歯磨き粉付帯サービス順”から購入前の対象製品をプルダウンメニューから選択してください。  
前頁で検索していない項目にアンケート入力する場合は、直接製品名を入力して下さい。

(1) 検索該当  
歯磨き粉

結果表示に従い以下に表示されます。  
(該当無の場合は、直接以下を入力して下さい。)

ライXX製 aabbcc に対するアンケートです。  
間違っている場合は(1)の再入力

プルダウンメニュー

- 1. ライXX aabbcc
- 2. サンXX ddeeff
- ...
- 10. BBB XXXX歯磨き粉
- 11. 該当無
- 12. メニューに戻る

前頁で4を選んだ場合は直接入力する。

【図25】

購入前アンケート(1/1)

直観的イメージ  
 良いを10、悪いを1とした場合  1~10を入力

客観的イメージ  
 良いを10、悪いを1とした場合  1~10を入力

☐ ホームページから詳細内容を見たが情報が不足している。  
☐ ホームページから詳細内容を見て安心した。  
☐ 価格が高過ぎる  
☐ 衛生的でない感じがする  
☐ 使い勝手が悪そう  
☐ 包装が良くない  
☐ 試供品を使ってよかったから  
 試供品の提供場所が分かる場合記入して下さい。  
 場所、小売店名等

○その他イメージ

○この情報は、匿名で公開してよいですか?

直接入力  
 直接入力  
 プルダウンメニュー  
 いいえ  
 はい

【図26】

広告認証機関にて検索した内容から、対象企業に対するアンケートが入力できます。  
 広告認証機関は、アンケート申込者の情報に対して情報の貢献度に従いペイバック(協力費用)が支払われます。  
 また、アンケート元に対象企業に対してより良い製品/サービスの通知/勧告及び、悪質な企業の排除を行います。

尚、蓄積されたペイバックされた費用や、アンケート回答内容は、広告認証機関の下記メールにペイバック確認と記述してメールすると自動的に返信確認できます。  
 E-MAIL ADDRESS AAAA@BB.CC.DD.EE

購入後アンケート入力画面(次画面へ)

【図27】

広告認証機関から検索した条件を下記に表示しますので、該当する番号を入力して下さい。(最近のものから上位10件)

項番	検索日	ジャンル	検索条件
1	○月×日	歯科医院	ユーザ人気
2	○月×日	歯科医院	通院距離
3	○月×日	歯科医院	ユーザ人気&通院距離
4	無検索	その他	.....直接次画面へ

対象項番  1~4まで

検索結果を表示しますか?

はい...結果表示例3の表示後次画面へ  
 いいえ...次画面へ

【図28】

過去に検索した“歯科医院のユーザ人気&通院距離”から診療前の対象医院をプルダウンメニューから選択してください。  
前頁で検索していない項目にアンケート入力する場合は、直接名称を入力して下さい。

(1) 検索該当  
歯科医院

結果表示に従い以下に表示されます。  
(該当無の場合は、直接以下を入力して下さい。)

医院 に対するアンケートです。  
間違っている場合は(1)の再入力

プルダウンメニュー

- 1. AA医院
- 2. BB医院
- 3. CC医院
- ...
- 10. ZZ医院
- 11. 該当無
- 12. メニューに戻る

前頁で4を選んだ場合は直接入力する。

【図29】

診療後アンケート (1/3)

直観的イメージ  
良いを10...悪いを1とした場合  1~10を入力

客観的イメージ  
良いを10...悪いを1とした場合  1~10を入力

○待ち時間は、だいたい  分程度

○受付の対応は    
良い内容/悪い内容

文字入力

○看護婦の対応は    
良い内容/悪い内容

文字入力

プルダウンメニュー

- 良い
- 普通
- 悪い

【図30】

診療後アンケート (2/3)

○医師の治療方法は    
良い内容/悪い内容

文字入力

○インフォームドコンセントの充実    
良い内容/悪い内容

文字入力

○医療費の正当性

○レセプトの開示要求

○その他のクレーム

プルダウンメニュー

- 良い
- 普通
- 悪い

- 良い
- 普通
- 悪い

- 妥当
- 分らない
- 普通
- 異常

- する
- しない

診療後アンケート (3/3)

○設備にたいする要求/希望

文字入力

○サービスに対する要求/希望

文字入力

○連絡事項/お礼等広告主開示情報

文字入力

○上記情報は、匿名で公開してよいですか？

☐ はい ☐ いいえ

【図 3 8】

購入／サービス提供前アンケート入力画面

広告認証機関から検索した条件を下記に表示しますので、該当する番号を入力してください。(最近のものから上位10件)

項番	検索日	ジャンル	検索条件
1	○月××日	歯磨き粉	人気
2	○月××日	歯磨き粉	低価格
3	○月××日	歯磨き粉	付帯サービス順
4	無検索	その他	

……直接次画面へ

対象項番  1～4まで

検索結果を表示しますか？

はい・・・結果表示例3の表示後  
次画面へ  
いいえ・・・次画面へ

ユーザ分類選択

年齢別	性別	職業別
<input type="radio"/> 10代	<input type="radio"/> 男	<input type="radio"/> 会社員
<input type="radio"/> 20代	<input type="radio"/> 女	<input type="radio"/> 学生
<input type="radio"/> 30代		<input type="radio"/> 自由業
<input type="radio"/> 40代		<input type="radio"/> 無職
<input type="radio"/> 50代～		<input type="radio"/> その他

戻る

次へ

購入／サービス提供前アンケート入力画面		ブルダウンメニュー	
過去に検索した“歯磨き粉付帯サービス順”から購入前の対象製品名をブルダウンメニューから選択してください。		1. ライXX aabbcc	
前頁で検索していない項目にアンケート入力する場合は、直接製品名を入力してください。		2. サンXX ddeaff	
(1) 検索該当 歯磨き粉 <input type="text"/>		.	
結果表示に従い以下に表示されます。		.	
(該当無の場合は、直接以下を入力してください。)		10. 888 xxxxx歯磨き粉	
ライXX製aabbcc		11. 該当無	
に対するアンケートです。		12. メニューに戻る	
間違っている場合は(1)の再入力			
<input type="button" value="戻る"/>		<input type="button" value="次へ"/>	
		前頁で4を選んだ場合は直接入力する	

【図34】

購入後アンケート (1/3)

直観的イメージ  
 良いを10...悪いを1とした場合  1~10を入力

客観的イメージ  
 良いを10...悪いを1とした場合  1~10を入力

○購入してよかった。

○使用感は  文字入力

○宣伝と比較して  文字入力  
 良い内容/悪い内容

戻る 次へ

プルダウンメニュー  
 良い  
 普通  
 悪い  
 宣伝より良い  
 宣伝と同じ  
 宣伝より悪い  
 誇大宣伝である

【図35】

購入後アンケート (2/3)

○今後使用を続けたいですか?  理由があれば記入してください。 文字入力

○包装、キャップ等は  文字入力  
 良い内容/悪い内容

○他社と比較して  文字入力  
 比較メーカがあれば記入してください。

○その他クレーム

戻る 次へ

はい  
 いいえ  
 わからない  
 良い  
 普通  
 悪い  
 良い  
 分からない  
 普通  
 異常  
 する  
 しない

【図36】

購入後アンケート (3/3)

○販売や、小売店にたいする要求/希望  文字入力

○その他のサービスに対する要求/希望  文字入力

○連絡事項/お礼等広告主に対する開示情報  文字入力

○上記情報は、匿名で公開してよいですか?

戻る 送信

プルダウンメニュー  
 いいえ  
 はい



【図37】

御社のユーザからの広告主イメージ情報、商品／サービスイメージ情報及びユーザ苦情／関連情報の提供を受けられます。

情報提供を受ける場合は、情報提供料が必要となります。情報料は、ユーザからのアクセス数により1件当たり10円とし1万件以上となっても1種類の情報につき最大10万/月の料金となります。

料金請求の際は、月毎のアクセス数と情報提供料が通知されます。

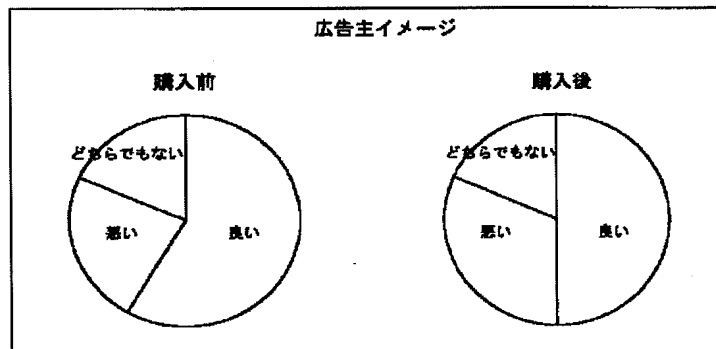
必要な情報がある場合は、以下の該当項目の□部分をクリックし、■になる様にして下さい。

☐ 広告主イメージ情報  
ユーザ別（年齢、性別、職業、年収）による広告主信頼度、顧客対応イメージ等を中心に情報を収集し、広告主が対象としているユーザ層のイメージの改善や、イメージの悪いユーザ層への効率よいイメージ戦略等に活用できます。

☐ 商品／サービスイメージ情報  
ユーザによる類似商品／サービスとの該当商品／サービスの違い、宣伝、包装パッケージに対する製品イメージ、仕様に対する満足度、用途、購入ユーザ等の情報を収集、解析し効率よい商品／サービスの開発に活用できます。

☐ ユーザ苦情／関連情報  
ユーザによる苦情をユーザ別（年齢、性別、職業、年収）にカテゴリ化し、苦情の原因を早期に発見、商品／サービスへのフィードバックが可能となり、広告主イメージの向上が図れます。

【図39】



【図40】

「良い」理由内訳

○製品デザインが良い	30%
○CMのセンスが良い	30%
○品質の高い製品が多い	20%
○高級感がある	10%
○その他	10%

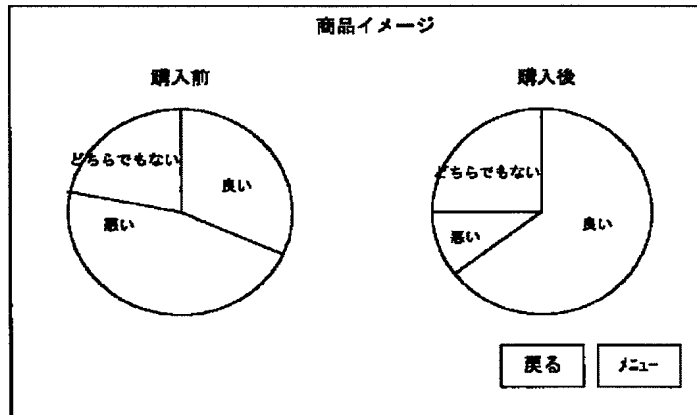
(a)

「悪い」理由内訳

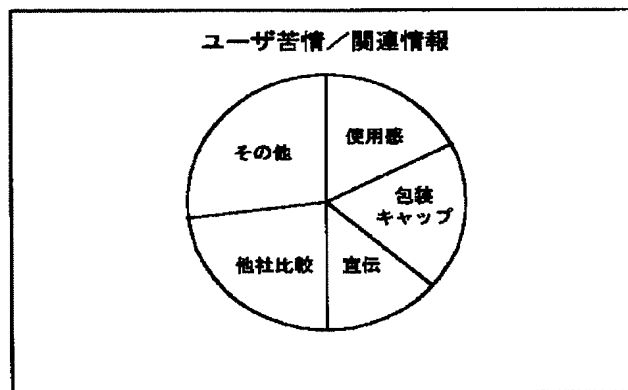
○製品が高価	40%
○デザインが悪い	30%
○会社が悪い	10%
○CMが悪い	10%
○その他	10%

(b)

【図41】



【図42】



【図45】

質問（番号〇〇〇〇〇〇）

××××・・・

回答入力欄

戻る

送信

【図44】

質問入力欄

＊該当なしの場合は、下段に記入して下さい。

＊この質問は匿名で公開してよいですか？

はい ☒

いいえ ☐

戻る

送信

プルダウンメニュー

安全性

安全試験はしていますか？

着色料は使用していますか？

品質保持期間は？

製品

子供が誤飲したときの処置は？

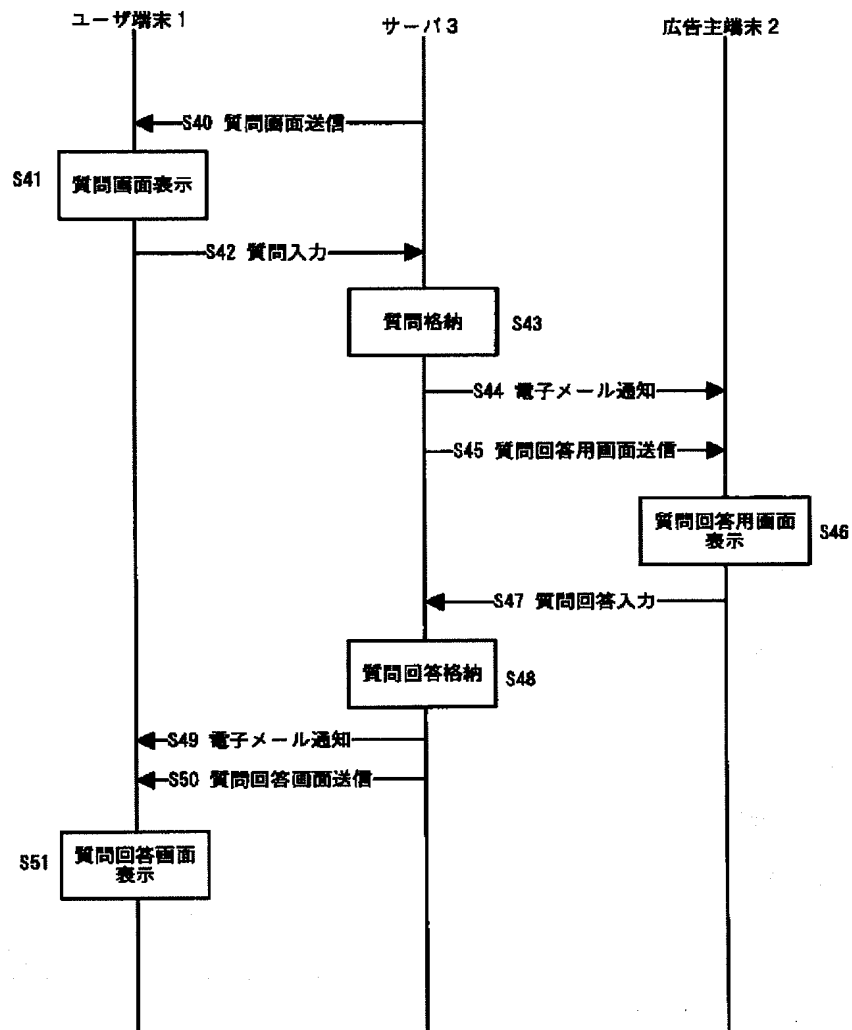
製造はどこでされているか？

宣伝しているXXはいつ発売するか？

トラベルサイズはありますか？

該当なし（下段に記入して下さい。）

【図43】



【図46】

質問（番号○○○○○○○）

×××× . . . .

回答

×××× . . . .

満足度  %

再回答を要求しますか？ ○はい ○いいえ  
回答の不満なところを具体的に書いて下さい。